



GÖTEBORGS UNIVERSITET  
HANDELSHÖGSKOLAN

*Vilka hållbarhetsdiskurser går att identifiera hos  
fem olika företag inom verkstadsbranschen?*

Handelshögskolan vid Göteborgs universitet

Företagsekonomiska institutionen

Management & Organisation

HT 2015

Kandidatuppsats

Författare: Marika Danielsson 1992-05-25

Richen Magbanua Calunod 1991-06-08

Handledare: Nanna Gillberg

## **Förord**

När denna uppsats tog sin början såg planen helt annorlunda ut. En bit längs vägen insåg vi att riktningen vilken vår uppsats tog inte var den vi visualiserat. Med nya visioner att vägleda oss började vi om på nytt med ett tydligt mål i sikte. Hela denna process har inneburit kreativitet, kämparanda och beslutsamhet. Det finns personer utan vilka denna väg hade kunnat bli svårare att gå längs. Dessa skulle vi vilja tacka.

Först och främst vill vi tacka vår handledare, Nanna Gillberg, utan vars hjälp vi skulle famlat i blindo. Tack för alla värdefulla tankar, all konstruktiv kritik och all tid som lagts ned på att hjälpa oss att färdigställa denna uppsats. Vi har lärt oss väldigt mycket under denna tid.

Ytterligare vill vi tacka alla som inspirerat oss, hjälpt oss att ta oss framåt och gett oss tips och råd inför denna uppsats.

Marika Danielsson  
Richen Magbanua Calunod

# Sammanfattning

Frågeställningen som leder denna uppsats är vilka diskurser kring hållbarhet som går att utläsa i hållbarhetsredovisningarna från fem olika företag inom verkstadsbranschen. Syftet med studien är att kartlägga hållbarhetsdiskurserna samt i och med det se hur företagen tolkar hållbarhetsbegreppet utifrån konstruktionen av deras argument. För att utföra detta använder studien en metod som grundar sig i Marianne Winther Jørgensen och Louise Phillips diskursteori för att analysera diskurserna. Diskursteorin som används baseras i stor del på tolkningen av ord som binds samman, ges mening och bildar en diskurs. Utöver diskursteorin kopplas forskning och teorier från andra forskare till empirin för att få en övergripande bild av de i analysen identifierade diskurserna.

Analysen baseras på utdrag ur hållbarhetsredovisningarna och med hjälp av metoden identifieras ord, sedan sammansätts de till en helhet och tolkas. På så sätt har vi lyckats identifiera fyra olika hållbarhetsdiskurser. Diskurserna som identifieras i analysen är:

1. Innovatören; driven av innovation och utveckling
2. Ekonomen; motiverad av ekonomisk vinst och strategiska fördelar
3. Superhjälten; värderar ansvar, hjälpsamhet och framhäver sina egna förmågor
4. Vårdaren; är engagerad och bryr sig om, visar omtanke i hållbarhetsarbetet

Studiens bidrar med att belysa hur hållbarhetsdiskurserna ser ut utifrån företags externa kommunikation. Diskurserna hjälper att se hur företagen vill framstå gällande hållbarhet. Dessutom gör diskursanalysen oss medvetna om våra uppfattningar om hållbarhet, vilket gör att vi kan ta ställning till resultaten av studien.

# Innehåll

1. Inledning.....	1
1.1 Bakgrund .....	1
1.1.2 Hållbarhet .....	1
1.1.3 Hållbarhetsredovisning .....	2
1.1.4 GRI .....	3
1.2 Problemformulering.....	3
1.3. Syfte.....	5
1.4. Frågeställning .....	5
2. Metod .....	6
2.1 Val av metod.....	6
2.2 Val av studieobjekt .....	6
2.3 Socialkonstruktionism .....	7
2.4 Diskurs.....	8
2.5 Diskursanalys.....	9
2.6 Källkritik i metoden.....	9
3. Teori .....	10
3.1 Diskursanalys.....	10
3.2 Diskursteori .....	12
3.3 Kategorisering inom diskursanalys .....	14
3.4 Språk.....	15
3.5 Legitimitet .....	17
3.6 Makt över diskursen .....	18
4. Empiri och analys.....	20
4.1 Innovatören.....	21
4.2 Ekonomen.....	23
4.3 Superhjälten .....	25
4.4 Vårdaren .....	27
4.5 Diskussion .....	29
5. Slutsats .....	31
5.1 Studiens bidrag och förslag till fortsatta studier.....	32
6. Referenslista .....	33

# **1. Inledning**

## **1.1 Bakgrund**

Det är svårt att missa världens fokus på hållbarhet. Vintern 2015 hölls det senaste COP-mötet kring klimatet (Regeringskansliet, 2015) och på nyheterna rapporteras om påföljderna av den globala värmningen, orättvisa löner och fusk i miljötester. Hållbarhetsarbete på alla nivåer är en viktig del för samhället idag. Som privatpersoner talar vi ofta om att panta tomflaskor, källsortera och att återvinna för klimatets skull. Det finns dock större perspektiv där enskilda aktörer kan nå storskaliga förändringar - företag.

Genom att undersöka den mediala kommunikationen i form av hållbarhetsredovisningar ämnar denna studie att kvalitativt djupdyka i fem olika företags hållbarhetsredovisningar. Detta forskningsområde är relevant för att hållbarhet är ett ämne som är ständigt aktuellt. Med nya krav från regeringen att hållbarhetsredovisa (Kellner, 2015) signaleras att hållbarhetsredovisning anses vara viktigt. Diskurser är idén att språket är strukturerat efter olika mönster som människors utsagor följer när de agerar inom olika sociala domäner. Diskurser är ett bestämt sätt att tala om och förstå världen. (Winther Jørgensen och Phillips, 2000) Vi ville undersöka diskursen som kommer till uttryck i hållbarhetsredovisningar genom att studera den mediala kommunikationen från företagen. På så sätt kan vi se vad företagen vill förmedla ut och bilden de vill visa.

### **1.1.2 Hållbarhet**

Redan 1987 då Vår gemensamma framtid, eller Brundtlandrapporten som den på svenska också kallas, utgavs formulerades en än idag aktuell definition av hållbarhet. Hållbar utveckling är en förändringsprocess i vilken utnyttjandet av resurser, investeringsinriktningar, riktningen som teknologisk utveckling går och institutionella förändringar blir konsekventa med framtida såväl som nuvarande behov. Miljömässigt, ekonomiskt och socialt ansvarstagande är alltså viktigt för hållbarheten. Mänskligheten har förmågan att göra utvecklingen hållbar och bra för den nuvarande generationen samtidigt som den inte

kompromissar framtida generationers förmåga att möta deras egna behov (FN, 1987). Vår studie anammar genomgående denna definition av hållbarhet.

Att hållbarhet blir allt viktigare pekar flera studier på. Prithi Nambiar och Naren Chitty (2014) framhäver vikten av hållbarhet för organisationsstrategier i syfte att öka aktievärdet, vilket visar på dess betydelse för företagen. Fler studier i detta ämne har utförts. Peter Lacy et al (2012) undersökte hur olika VD:ar ser på hållbarhet och dess påverkan på affärsmiljön, med fokus på utbildning som utvecklar framtida ledare att bli skickliga på att effektivt klara av hållbarhetsutmaningar. Slutsatserna som drogs utifrån studien var att VD:ar ser hållbarhet som viktigare än någonsin. Hållbarhet erhåller dessutom en allt viktigare plats i företagens strategier, driver framåt nya affärsmodeller och är av yttersta vikt för en långsiktig framgång. Utvecklingen av nya färdigheter och kunskap genom utbildning ansågs vara nyckeln till en framtida integration av hållbarhet i kärnverksamheten (Lacy, Haines och Hayward, 2012). I Lacy et als studie betonas hur viktig hållbarhet har blivit för företag och deras strategier.

### **1.1.3 Hållbarhetsredovisning**

Hållbarhetsredovisning är en rapport som företag tar fram för att visa på företagets sociala, ekonomiska, miljömässiga och etiska ansvar. Hållbarhetsredovisningar är för många företag en stor del av hur de väljer att kommunicera ut deras hållbarhetsarbete.

Hållbarhetsredovisningar har vuxit från en nisch till en rapport som majoriteten av de största bolagen skriver (Global Reporting Initiative 2, 2015).

Hållbarhetsredovisningar omfattar arbetet med företags sociala, ekonomiska och miljömässiga ansvar. De är företagets nyckelplattform för att kommunicera ut sitt hållbarhetsarbete (GRI, 2015). Det är deras möjlighet att visa sig från sin bästa sida genom att kontrollera vad som finns med och vad som utelämnats. I tidningar håller journalisterna i pennan och därmed även makten över såväl fakta som diskurs. Genom hållbarhetsredovisning kan företag framföra sin vision och den identitet det eftersträvar. Redovisningen av sitt hållbarhetsmässiga ansvar hjälper företaget att få samhället och andra intressenters förtroende. För att överleva är det av vikt att företagen är legitima i intressenternas ögon, vilket är anledningen till varför hållbarhetsredovisningar skrivs även fast det inte finns lagkrav (Carroll, 2015). Samtidigt blir

hållbarhetsredovisningar allt viktigare då regeringar och EU ställer högre lagstadgade krav på hållbarhetsredovisning (Kellner, 2015).

I hållbarhetsredovisningar ingår ofta ett avsnitt om Corporate Social Responsibility (CSR). CSR innebär ett företags samhällsansvar ur en social, ekonomisk och miljömässig synpunkt (Grankvist, 2009). CSR är ett av företagets hjälpmedel för att bli legitimerad i dagens samhälle. (den Hond, de Bakker och Neergaard, 2007) Frågorna som CSR behandlar är bland annat mänskliga rättigheter, arbetsplats- och personalfrågor, inklusive hälsa och säkerhet, frågor om otillbörliga affärsmetoder, organisatorisk styrning, olika miljöaspekter, marknads- och konsumentfrågor, samhällsengagemang och den sociala utvecklingen.

### **1.1.4 GRI**

Det är inte företagen själva som helt och hållet bestämmer över vad som ska finnas med i hållbarhetsredovisningarna. Förutom lagar förhåller de sig även till Global Reporting Initiatives, hädanefter förkortat GRI, riktlinjer för hållbarhetsredovisning. GRI:s senaste version, G4, kommer därmed att styra vad som finns med i hållbarhetsredovisningen och har i och med det även viss kontroll över hållbarhetsdiskursen för dessa företag. Det är skillnad på G4 och G3, vilka är den senaste respektive näst senaste versionen från GRI. G4 är en process som ska påverka organisationens värdekedja medan G3 handlar om att kryssa av punkter, den har inget större motiv i samma utsträckning som G4 (Global Reporting Initiative 3, 2015). Enligt en undersökning av KPMG (2013) förhåller sig svenska företag som hållbarhetsredovisar i hög grad till GRI:s riktlinjer, vilket de förklarar som en anledning till att svenska företag har en så högkvalitativ hållbarhetsredovisning.

## **1.2 Problemformulering**

Då hållbarhet är ett aktuellt ämne i dag, det var så sent som i 2015 års slutmånader som det senaste COP-mötet hölls i Paris (Regeringskansliet, 2015), tar det upp sin beskärda del av det fokus vi människor har på vårt samhälle och utgör en del av grunden inför framtiden. Stora företag har en stor roll i den hållbara utvecklingen eftersom det i många aspekter driver

samhället framåt. Genom att bland annat skapa jobb och producera varor för konsumenter berör företagen inte bara människors vardagliga liv utan även samhällsutvecklingen. Företagens hållbarhetsredovisningar bidrar till en stor del av förståelsen för företagens hållbarhetsarbete.

I Nambiar och Chittys (2014) artikel framkommer tydligt hur diskursen och sociokulturella värden spelar stor roll för synen på hållbarhet. Artikelförfattarna skriver om hur hållbarhet och miljö tar mark i den internationella affärsdiskursen. Studien som artikeln bygger på undersöker diskursiv meningsförhandling kring miljö och hållbarhet. Artikelförfattarna har undersökt hur bolagstoppen i Indien utformar deras approach kring hållbarhetsfrågor och svarar på extern press för att fördjupa sitt arbete med Corporate Social Responsibility (CSR) genom att intervjua seniora bolagschefer till grund för deras analys. Nambiar och Chitty bygger sina teorier på symbolisk interaktionism; en diskurs mening bygger på förhandlingar genom en tradition av ömsesidigt respektgivande dialog. Artikelförfattarna skriver dessutom att i Indien togs först hållbarhetsarbetet inte emot så bra då det ansågs vara ett sätt för västvärlden att begränsa utvecklingen och den ekonomiska ökningen för landet, vilket är varför det är viktigt att hållbarhetsarbetet utformas i linje med sociokulturella värden istället för att enbart adoptera den globala diskursen.

James G. Cantrill (1996) har forskat kring folks uppfattningar om miljö. När människor ska identifiera typiska miljömässiga angelägenheter tenderar de att välja väldigt breda kategorier, såsom förorening. Som en summering skriver Cantrill att människor generellt sett är relativt enkelspåriga när det kommer till världsuppfattningen och att detta stämmer gällande miljöaspekten. Författaren drar paralleller mellan media och människors uppfattning och hävdar att informationen som media sänder ut motsvarar de sociala konstruktionerna som är mest vanliga. Argumentet är att det schema människor använder för att förstå miljöproblemen är sammankopplade med skaparna av just de mentala strukturerna (Cantrill, 1996). Det som Nambiar och Chitty respektive Cantrill tar upp är att hur folk uppfattar hållbarhet är viktigt för hur de kommer att ta emot hållbarhet som koncept samt att människors uppfattning av hållbarhet kommer att påverkas av de mediala kommunikationer, genom vilka de kommer i kontakt med miljöaspekter och hållbarhet.

Ett av diskursanalysens huvudsyften är att visa på förbindelserna mellan diskursiva praktiker och bredare sociala och kulturella utvecklingstendenser och strukturer. Den diskursiva



praktiken bidrar till och återspeglar sociala och kulturella förändringar (Winther Jørgensen och Phillips, 2000). Genom att analysera hållbarhetsredovisningarna och kartlägga diskursen utefter vår tolkning kan vi se hållbarhet ur ett samhällsperspektiv, både socialt och kulturellt.

### **1.3. Syfte**

Uppsatsens syfte är att kartlägga hållbarhetsdiskursen hos fem företag inom verkstadsbranschen. Vi vill se hur företagen som ligger till grund för vår undersökning konstruerar sina argument och därigenom tolkar hållbarhetsbegreppet.

### **1.4. Frågeställning**

Vilka diskurser kring hållbarhet går att utläsa med hjälp av att undersöka fem olika företags respektive hållbarhetsredovisningar?

## **2. Metod**

### **2.1 Val av metod**

Vi har i analysen utgått från hållbarhetsredovisningar som vi sedan analyserat utifrån Winther Jørgensen och Phillips diskursteori. Diskursteorin de utformat låter oss se hur signifikanter, ord, kan sammanlänkas till ekvivalenskedjor, det vill säga det som binder samman orden och bildar diskurser. Dessa redogörs ytterligare för i teoriavsnittet då diskursteorin även fungerar som metod vid diskursanalys.

Metoden för kartläggningen av hållbarhetsdiskurserna inspireras av en induktiv ansats. Praktiskt går vi tillväga på så sätt att vi först läser igenom hållbarhetsredovisningarna och gemensamma mönster samt nyckelord identifieras. Därefter väljs specifika representativa citat ut som ligger till grund för analysen. Analysen är uppdelad utefter de identifierade diskurserna. Analysen inleds med att identifiera signifikanterna (orden) som centrerar kring nodalpunkten ”hållbarhet”. Dessa sätts samman i ekvivalenskedjor och ger bilden av hur respektive funnen diskurs ser ut.

Då hållbarhetsredovisningarna innehåller väldigt mycket text och är tämligen långa får selektiva delar statuera exempel för de identifierade hållbarhetsdiskurserna för att ge en så tydlig bild som möjligt utav de funna diskurserna. Detta för att underlätta för läsaren genom att undvika buntvis med empiri som väl kan representeras av utvalda citat ur empirin.

### **2.2 Val av studieobjekt**

Företagen under lupp i denna uppsats är alla verksamma i verkstadsbranschen. De utvalda företagen är Volvo AB, Sandvik, SSAB, ABB och Atlas Copco. Dessa företag var av intresse eftersom de är börsnoterade, vilket innebär ett tryck från investerarna att veta hur verksamheten står sig i förhållande till omvärlden. Anledningen till varför vi valde att studera den utvalda branschen är för att verkstadsbranschen har starka kopplingar till miljöpåverkningar i och med att de är produktionsföretag för industrivärlden. Dessutom har företagen som blivit utvalda många anställda. Att se hur dessa stora aktörers diskurser ser ut

blir intressant med vetenskap om att de faktiskt producerar saker som har en miljöpåverkan och att de har många anställda som påverkas av deras sociala beslut.

Winther Jørgensen och Phillips (2000) belyser att en sampelstorlek vid diskursanalys inte behöver vara enorm för att kunna ge valid information då fokus vid diskursanalys ligger på djupgående undersökningar av materialet. Vi valde ut fem företag just för att kunna gå djupare in på var och en av företagen.

ABB, Sandvik och SSAB har hållbarhetsredovisningar på engelska och dessa kommer inte att översättas i citaten, det vill säga i empiridelen. I analysdelen kommer vissa engelska ord översättas med det svenska idiomatiska ordet baserat på tolkningen av kontexten. Vilka ord som väljs ut för översättning baseras på om de anses vara ovanliga, svåra eller ambigua i sin betydelse. Att några av våra utvalda företag har valt att skriva på engelska är ingen överraskning med tanke på att de är stora företag som till stor del verkar internationellt. På grund av detta finns det internationella kunder och övriga intressenter som inte förstår svenska. Detta är en anpassning från företagets sida. Dessa företag har, precis som Atlas Copco och Sandvik, valts ut efter bransch samt för att deras egenskaper som stora företag, vilka beskrevs tidigare, anses fördelaktiga.

Vi har valt att undersöka de kvalitativa aspekterna av våra källor. De empiriska källorna består av primärkällor i form av hållbarhetsredovisningar utgivna av respektive av de fem utvalda företagen. De teoretiska källorna är sekundära källor bestående av böcker och artiklar. Genom att inspireras av induktiv metod valde vi att utgå ifrån hållbarhetsredovisningar eftersom detta är ett bra sätt att kunna kartlägga en diskurs med vår givna tidsram utan att resultatet blir för generellt och ytligt.

## **2.3 Socialkonstruktionism**

Ontologin är inom vetenskapsteorin läran om hur världen är beskaffad. Inom ontologin finns den socialkonstruktionistiska världsbilden som en förgrening av den konstruktivistiska världsbilden, vilken går ut på att många fenomenens existens är beroende av hur vi upplever dem. Socialkonstruktionismen går i sin tur ut på att vi konstruerar vår värld utifrån gemensamma föreställningar inom kulturer och subkulturer (Allwood och Eriksson, 1999).

Socialkonstruktionismen är en av vår diskursanalys förutsättningar. Med utgångspunkt i den socialkonstruktionistiska världssynen är diskurser skapade utifrån tolkningar. Tolkningen som framhålls vid en specifik diskursanalys blir relevant då det inte finns en absolut sanning utan bara tolkningar av "sanningen".

Då vi utgått från socialkonstruktionismen innehar inte reliabilitet och validitet samma plats som det generellt brukar. Med den som utgångspunkt antas istället att det inte finns en objektiv värld, vilket även innebär att vår tolkning är specifik för oss som individer och att den även kommer att läsas olika beroende på läsarens perspektiv. Ett vetenskapligt förhållningssätt, det vill säga i det här fallet att visa en tydlig genomgång av uppsatsprocessen vad gäller bakgrund, metod, teori, empiri och analys för alla som kritiskt vill granska den, har i största möjliga mån eftersträfvats. Enligt Winther Jørgensen och Phillips (2000) är det dock i princip omöjligt att distansera sig nog från sina egna diskurser för att visa en absolut och objektiv sanning (Winther Jørgensen och Phillips, 2000). Denna uppsats hävdar alltså inte upptäckten av en absolut sanning. Istället önskar den bidra till en rikare variation av fältet kring hållbarhetsdiskurser.

## **2.4 Diskurs**

Norman Jackson och Pippa Carter (2002) sammanfattar diskurser som speglande av rådande värderingar, normer, övertygelser och maktrelationer. Denna utgångspunkt är väldigt bred och definierar endast diskurs som begrepp på ett grundläggande, sammanfattande vis. Som Marianne Winther Jørgensen och Louise Phillips (2000) nämner är diskursbegreppet svårfångat. De har en närliggande uppfattning om vad begreppet diskurs inhyser; idén att språket är strukturerat efter olika mönster som människors utsagor följer när de agerar inom olika sociala domäner. De talar om diskurser som ett bestämt sätt att tala om och förstå världen. Detta innebär enligt Winther Jørgensen och Phillips (2000) att en viss specifik diskurs är någonting som hör till ett visst specifikt område, till exempel hållbarhetsdiskurs, och vars språk och de mönster som det som talas om inom det området är vad som utgör diskursen. Därefter analyseras dessa mönster och det är detta som utgör en diskursanalys. Denna definition är väldigt bred och allmän och författarna betonar ytterligare att det finns

många olika synsätt på vad en diskurs är och hur man ska analysera den (Winther Jørgensen och Phillips, 2000). Det är dock denna definition som denna studie grundar sig på.

## **2.5 Diskursanalys**

Studien går ut på att kartlägga hållbarhetsdiskurserna i hållbarhetsredovisningarna hos de utvalda företagen. För att göra det använder vi oss av diskursanalys. Vid diskursanalys behövs en socialkonstruktionistisk grundhållning, argumenterar Mats Börjesson (2003).

Diskursanalys går ut på att göra något med sitt studieobjekt och att ge perspektiv på det fenomen som studeras. Börjesson (2003) förklarar vidare diskursanalysen som ett fokus inte på hur verkligheten är utan hur verklighet skapas. Varför verkligheten konstrueras på ett visst sätt och när denna beskrivning betraktas som giltig är två grundläggande frågor vid diskursanalys. Diskursanalytikern bedriver ett kreativt forskningsarbete i vilket empirin inte kan stå för sig själv utan tilldelas en tolkning. Ett objekt är inte bara, det konstrueras utifrån dess tilldelade kategori och det kulturella sammanhanget. Det är detta som diskursanalysen ämnar undersöka och ge sin tolkning på (Börjesson, 2003).

## **2.6 Källkritik i metoden**

Vi har valt artiklar utifrån kriteriet att de ska vara kamratgranskade, det vill säga att de ska vara granskade av forskarkollegor (Bryman och Bell, 2013). Det viktigaste har varit att artikeln ska vara välskriven och relevant i samtiden såväl som för kandidatuppsatsen i fråga. Att en tidskrift ska vara vetenskapligt inriktad har utgjort en tydlig bedömningsgrund för att vi ska välja en artikel från den.

De utvalda böckerna har baserats på dess relevans för ämnet samt för deras tyngd i forskarsammanhang. Michel Foucaults verk och tankar har varit en tydlig riktlinje för denna diskurskartläggning på grund av hans enorma bidrag till ämnet diskurser. Hans teorier har kompletterats med nyare röster som kunnat utveckla hans tankar samt ge egna perspektiv på diskurser som ämne.

## 3. Teori

### 3.1 Diskursanalys

Diskurser innebär idén om att språket är strukturerat i olika mönster som våra utsagor följer när vi agerar inom olika sociala sammanhang (Winther Jørgensen och Phillips, 2000).

Diskurser speglar rådande värderingar, normer, övertygelser och maktrelationer (Jackson och Carter, 2002). Diskurs definieras som ett bestämt sätt att tala om och förstå världen. Diskurser sätter gränser för och skapar mening för vår världssyn (Winther Jørgensen och Phillips, 2000). Det finns ämnen i en diskurs som är mer eller mindre lämpliga att tala om. För att som ämne inte exkluderas från diskursen krävs att det är relevant för diskursen. I hållbarhetsdiskursen är ämnen såsom CSR och miljö relevanta medan ämnet heminredning inte kommer att betraktas som tillhörande. Ytterligare kring vad som anses lämpligt går att finna regler om vad som faktiskt kan yttras. Reglerna gäller för hur problemen definieras och de lösningar som läggs fram. Författarnas exempel handlar om stress i organisationer och att en accepterad lösning vore att lära medarbetarna att hantera sin stress, medan fokus på att orsakerna kan vara låg lön, dålig anställningstrygghet med mera inte alls blivit lika accepterad. Detta på grund av att arbetare inte har samma röst i diskursen som ledare. Kort sammanfattat består diskurser av utsagor, vars tolkning utgör dess mening och som hjälper oss att förstå världen (Jackson och Carter, 2002).

Genom diskursanalysen går det i sin tur att tolka dessa mönster i ett sammanhang för att se hur diskursen ser ut. Western (2013) har samlat tre viktiga aspekter utifrån Norman Faircloughs dimensioner av diskursanalys, som vi kommer att delvis utgå ifrån i analysen. Den första är analys av diskursbärare, såsom texter. Den andra är analys av diskursproduktion, hur texter produceras och konsumeras, och den tredje är en analys på makronivå, såsom samhällsrelig kontext. Med hjälp av diskursanalysen kan vi undersöka hur hållbarhet framställs. Den gör att det går att se vilka diskursiva mönster som finns i hållbarhetsredovisningarna och hjälper oss att utforma diskurser utefter dessa mönster. I analysen används en form av diskursanalys för att kartlägga hållbarhetsdiskursen.

För att förstå diskursanalysen är det viktigt att förstå dess kontext, det vill säga socialkonstruktionismen. Diskursanalysen är ett socialkonstruktivistiskt angreppssätt. Winther Jørgensen och Phillips (2000) har redogjort för fyra olika premisser som binder samman det socialkonstruktivistiska fältet, vilket underlättar för förståelsen av begreppet och dess praktiska användning i denna uppsats.

Den första premissen är en kritisk inställning till självklar kunskap. Den innebär att våra världsbilder inte är objektiva spegelbilder och att den kunskap vi besitter om världen omkring oss inte är objektivt sann. Vår världsbild är istället en produkt av vårt sätt att kategorisera världen och verkligheten blir därigenom endast tillgänglig genom våra kategorier (Winther Jørgensen och Phillips, 2000).

Den andra premissen går ut på att våra världsbilder och kunskap alltid är kulturellt och historiskt präglade. Vår världsuppfattning blir som resultat därför också kulturellt och historiskt specifika. Våra världsbilder är inte fixerade, de kan förändras och de skulle kunna se annorlunda ut. Diskursivt handlande är enligt denna premiss en form av socialt handlande som bidrar till konstruktionen av den sociala världen, såsom kunskap, identiteter och sociala relationer, och därmed bevarandet olika sociala mönster. Denna syn innebär att människor inte innehar ett antal inre autentiska egenskaper eller karakteristika utan allting är konstruerat socialt och diskursivt (Winther Jørgensen och Phillips, 2000).

Den tredje premissen är sambandet mellan kunskap och sociala processer. Det är genom de sociala processerna som kunskap frambringas. Man både bygger upp gemensamma sanningar och tvistar om vad som är sant och falskt (Winther Jørgensen och Phillips, 2000).

Den fjärde premissen är sambandet mellan kunskap och social handling. Olika sociala världsbilder leder till olika sociala handlingar. Detta kommer sig av att utifrån olika bestämda världsbilder blir olika handlingar acceptabla respektive förkastade som oacceptabla. På så sätt genererar den sociala konstruktionen av kunskap och sanning konkreta sociala konsekvenser (Winther Jørgensen och Phillips, 2000).

Socialkonstruktionismen och diskursanalys går alltså hand i hand. Diskursanalys kan dock te sig svårt att få grepp om. Westerns (2013) identifiering av Faircloughs tre olika dimensioner av diskursanalys hjälper till att förstå grunden för diskursanalys. Först har vi analys av

diskursbärare (texter). Den andra är analys av diskursproduktion, hur texter produceras och konsumeras, och den tredje är en analys på makronivå, såsom samhällelig kontext. Dessa tre dimensioner utgör delvis angreppssättet vid kartläggningen av hållbarhetsdiskursen i denna uppsats. Dessa kan vidare förstås med hjälp av Winther Jørgensen och Phillips (2000) diskursteori som redogörs för här nedan.

### 3.2 Diskursteori

Winther Jørgensen och Phillips (2000) går igenom några språkliga redskap som praktiskt kan användas vid en diskursanalys. Dessa utgör ett instrument för analysen samtidigt som det gör det lättare att förstå och bena ut det rent praktiska arbetet bakom den.

Först nämner Winther Jørgensen och Phillips (2000) de olika så kallade knuttecknen. De består av nodalpunkter, mästersignifikanter och myter. Nedan listas de tillsammans med en kort beskrivning.

**Nodalpunkter:** I grova drag beskrivs nodalpunkter som att de organiserar diskurser.

Nodalpunkter är medelpunkten i en enskild diskurs. Kort uttryckt är de punkten kring vilken diskursen centrerar. Som exempel får nodalpunkten konst en betydelse i grundskolans kontext och en annan när det talas om museum.

**Mästersignifikanter:** Det andra knuttecknet är mästersignifikanter. De organiserar identiteter i en diskurs. En mästersignifikant kan vara ”innovatör”.

**Myter:** Det tredje knuttecknet är myter. De är flytande signifikanter, det vill säga tecken som flera olika diskurser försöker ge innehåll åt samtidigt, som hänvisar till en enhet. Myterna organiserar ett socialt rum, till exempel ”västvärlden”. Dessa tre begrepp som redogjorts för kallas tillsammans, som ovan nämnt, knuttecken. Det är genom att lokalisera knuttecknen i ett specifikt material som det går att se hur diskurserna, identiteten och det sociala rummet är diskursivt organiserade.

Knuttecken är dock tomma tecken tills de genom **ekvivalenskedjor** sätts i förbindelse med andra tecken som ger dem innehåll. På så sätt kan man karakterisera diskurser; genom att kartlägga de kedjor av betydelser som de likställs med. Det är alltså detta som ekvivalenskedjor innebär; det som förbinder tecken, signifikanter, med varandra för att utforma diskursen. (Winther Jørgensen och Phillips, 2000)



Tidigare nämndes **flytande signifikanter**. De är tecken som olika diskurser försöker ge innehåll åt på sina egna specifika sätt. En viss flytande signifikant passar alltså in i mer än en diskurs. En nodalpunkt är en flytande signifikant, men det som särskiljer begreppen är att en fokus på flytande signifikanter läggs på kampen mellan två olika diskurser. Nodalpunkter är medelpunkten i en enskild diskurs. Signifikanter kan användas genom att undersöka deras relation till nodalpunkten, frågan blir om de kan likställas med eller ställas emot nodalpunkten (Winther Jørgensen och Phillips, 2000).

Genom att låta sig representeras av en samling signifikanter med en nodalpunkt som centrum blir man given en **identitet**. Identiteten uppfattas som något socialt eftersom den antas, tilldelas och förhandlas i diskursiva processer. Kollektiv identitet, gruppbildning, uppfattas i diskursteorin efter samma principer som individuell identitet. Människor konstitueras som grupper genom att en del identitetsmöjligheter framhävs medan andra anses irrelevanta. Denna process sker genom ekvivalenskedjor. Genom att framhäva en grupp och en identitetsmöjlighet bortses från andra identitetsmöjligheter. Tidigare nämndes mästersignifikanter, det är dessa som organiserar identiteter i en diskurs (Winther Jørgensen och Phillips, 2000).

**Representation** är ett viktigt element i gruppbildningsprocesser. Grupper är inte givna på förhand och existerar bara genom att någon talar om gruppen eller å dess vägnar. Genom representation kan gruppen representeras utan att hela gruppen måste vara närvarande. Idealet är att det råder överensstämmelse mellan representanten och gruppen; att representanten förkroppsligar gruppens vilja. Det förhåller sig dock mer komplext än så eftersom att gruppen och representanten inte efterföljer den andre, utan att de konstitueras i ett och samma svep. Dock följer en hel samhällsbild med när en grupp representeras, eftersom gruppen konstitueras i kontrast till andra grupper (Winther Jørgensen och Phillips, 2000).

Diskursteorins utgångspunkt är att ingen diskurs kan etableras totalt då det råder en konflikt med andra diskurser. Ibland kan specifika diskurser te sig stabila då de står oemotsagda och ter sig självklara; objektivitet råder. Dock kan konflikten återigen uppstå. Diskursteorins begrepp för konflikt är **antagonism**. Det uppstår när olika identiteter står i vägen för varandra. Olika identiteter behöver inte stå i ett antagonistiskt förhållande till varandra, men om de identiteter som finns kräver olika handlingar i samma terräng, det vill säga att diskurserna

blockerar varandra, så uppstår det antagonistiska förhållandet. Antagonismerna finns alltså där diskurserna stöter ihop (Winther Jørgensen och Phillips, 2000).

**Hegemoniska interventioner** upplöser antagonismer. Hegemoniska interventioner är en artikulation som genom en kraft återupprättar entydigheten. Kraft och makt bör här särskiljas. Makt innebär en principiell uteslutning av andra möjligheter i den konkreta konstruktionen av en bestämd ordning medan kraft undertrycker existerande möjligheter. Den hegemoniska interventionen fixerar element tvärsöver diskurser som antagonistiskt kolliderar. Den hegemoniska interventionen är lyckad om en enda diskurs åter dominerar där det tidigare rådde konflikt (Winther Jørgensen och Phillips, 2000). Där antagonismer i analysen uppstår kommer enbart en tolkning att framhävas med en förhoppning om att övertyga läsaren om en enhällig diskurs och därmed en lyckad hegemonisk intervention.

### 3.3 Kategorisering inom diskursanalys

Som Winther Jørgensen och Phillips skriver (2000) har Foucault blivit den person vilken diskursforskare och diskursförfattare förhåller sig till i sina arbeten, just för att han har en bidragit stort till utvecklingen av ämnet. När det kommer till diskurser är Foucault den stora rösten. I sin bok *The Archaeology of Knowledge* (1997) berör Foucault ämnet diskurser på en djup nivå. Foucault lägger fokus på antropologiska kopplingar och på språket i form av utsagor som hjälper till att forma diskurser.

Foucault skriver om hur strukturalismen påverkar vid kartläggning av diskurser. Diskurser är öppna fenomen och Foucault argumenterar att många i och med diskursanalys ämnar försluta dem genom generalisering. Foucault menar att diskurs är någonting föränderligt och att man inte får bortse från de antropologiska kopplingarna diskurser inhyser. Diskurser är formulerade av någon, har kommit till under vissa omständigheter och genomsyras av symboler. Diskurser är historiska och har kommit till utifrån efterföljande händelser som inte kan analyseras utifrån den tidpunkten de har skett. Diskurser utvecklas lika mycket spontant som de gör ur kontinuitet. Att dela upp diskurser utefter kategorier kan därmed, trots att det verkar vara en uppenbar indelning, vara svårt eftersom dessa kategorier är väldigt svåra att definiera. Detta är viktigt att ha i åtanke vid kategoriseringar inom diskursanalys. (Foucault, 1997)

Börjesson (2003) skriver också om komplexiteten vid kategorisering och beskriver ett tillvägagångssätt vid själva kategoriseringsaktiviteten. Han argumenterar att socialkonstruktionismen sätter sitt spår i de kategoriseringar av världen som människor gör. Börjesson (2003) skildrar utformandet av kategorier. Han väcker frågan kring vad det är som gör att vi kan placera något i en specifik kategori. Börjessons svar är att det finns en social och kulturell överenskommelse som bygger på traditioner och olika sorters särskiljanden mellan kategorierna. Kategorier är heller aldrig neutrala. Då tänkandet är knutet till de språkliga uttrycken som vi använder och som är linsen för vår världssyn utgör kategorier ett givande sätt att göra samhällsanalys på. När vi ser ett fenomen som någonting specifikt använder vi vår tolkningsförmåga. Meningen vi genom tolkningen har tillskrivit fenomenet bygger på erfarenhet och språkets tvingande strukturer som i sin tur styrts av de dominanta diskursförhållandena som råder. Kategorier är i sin tur det som talar om för oss vad det är för sort vi ser. Kategorier är både indefinierande och utdefinierande. Det vill säga, de står alltid i motsatsförhållande till något annat (Börjesson, 2003). Kort sagt, genom kategorier sorterar vi fenomen och tillskriver dem egenskaper utifrån en gemensam överenskommen uppfattning. Denna grundprincip kommer att tas fasta på i uppsatsen. Analysen bygger till stor del på Börjessons sätt att kategorisera fenomen som utformar diskurser.

På samma sätt som kategorier aldrig är neutrala, går Foucault (1997) vidare till att även prata om diskurser som subjektiva. Författaren utforskar i boken så kallade statements, här översatt till utsagor, som både är specifika och öppna på samma gång. Vad som sägs i förhållande till andra utsagor utgör basen av diskurser. Det är inte själva utsagan utan det är reglerna omkring den som ger den en diskursiv mening. Det vill säga, en diskurs står inte för sig själv utan skapas utifrån sitt förhållande till allt annat. Det är viktigt för tolkningen i analysen för denna studie då det påverkar tolkningen av varför någonting hör hemma i en diskurs.

### **3.4 Språk**

I Winther Jørgensens och Phillips bok (2000) tas det språkfilosofiska ämnet upp. Teorin som tas upp går ut på att vårt tillträde till verkligheten går genom språket. Det är med hjälp av språket representationer av verkligheten kan skapas. Dessa representationer är aldrig endast avspeglningar av en objektiv verklighet utan det är representationerna som skapar den. Ett och samma fenomen eller en och samma händelse kan tillskrivas mening utifrån olika diskurser

som dessutom kan sammanfogas till varandra. Utifrån diskurserna framgår vilka handlingar som är relevanta för situationen och på så sätt får den diskursiva förståelsen sociala konsekvenser. Enligt denna strukturalistiska språkfilosofi blir alltså språket till ett medel som konstituerar den sociala världen, inklusive sociala identiteter och relationer (Winther Jørgensen och Phillips, 2000). Detta är av relevans eftersom diskursteorin som används för att kartlägga hållbarhetsdiskurserna är uppbyggda genom analys av språket.

Vid utförandet av diskursanalys tar Mautner (2008) upp modalitet, hur språket används för att avgöra graden av visshet och hängivenhet alternativt bristen av det i ett uttalande eller text et cetera, och modalverb (till exempel kan, borde och måste). Detta är någonting som påverkar läsaren eller åhöraren angående hur de tar emot fakta. Hur en fras formuleras avgör hur den tas emot och uppfattas av mottagaren. Användandet av modalitet kan sammanfalla med diskursiva mönster (Mautner, 2008). På grund av språkets centrala roll vid diskursanalys är modaliteter viktiga att ta hänsyn till vid diskursanalys.

Även Börjesson (2003) tar upp modaliteter och ställer två vägar inom diskursanalys mot varandra. Å ena sidan finns den kritiska diskursanalysen, som utgår ifrån sanningsanspråk. En användning av den vägen skulle antyda att passivformer, som en del av bruket av modalitet i text, är ett sätt att dölja världens egentliga utseende. Den konstruktionistiska diskursanalysen å andra sidan, skulle inte göra den uppdelningen av sant respektive falskt. Istället är det viktigt att förstå sammanhanget och vad dess betydelse är för de olika formerna som används för att övertyga, exempelvis modaliteter. En frågeställning kring fenomenets skildring jämfört med hur det hade kunnat skildras och vad det kan betyda för diskursen ligger i fokus för den konstruktionistiska synen (Börjesson, 2003). Detta är ett tydligt exempel på hur viktigt språket är vid diskursanalys och hur socialkonstruktionismen spelar sin roll vid tolkningen av textmaterialet.

Mautner (2008) nämner också vikten av icke-verbala meddelandekomponenter. I det ingår bland annat bilder, teckenstorlek och informationsrutor i texter. Genom dessa kan man ytterligare förtydliga sitt budskap. Ett tydligt exempel på vikten av dessa vore propagandamaterial, som ju ofta utöver text använder sig av textstorlek, typsnitt, färger och bilder för att få fram ett budskap. Detta har betydelse för analysen i form av exempelvis rubriker, som ju står utanför de tjocka textsektionerna. De har blivit givna en större plats och det har en påverkan på vår uppfattning av texten och vad vi ser först och lägger fokus på.

### 3.5 Legitimitet

John W. Meyer och Brian Rowan (1977) har lagt fram en teori om myter och hur de ceremoniellt tas emot i företaget som ett steg i en legitimeringsprocess. Organisationer drivs till att implementera procedurer som definieras av rådande koncept kring organisationsarbete och som är institutionaliserade i samhället. Genom att göra det höjer företagen sin legitimitet och därmed sina chanser till överlevnad. Ceremoniell konformitet kan ibland stöta sig med effektiviteten och därför löskopplar organisationerna sig; de bygger klyftor mellan deras formella strukturer och faktiska arbetsuppgifter. Genom att utforma en formell struktur som håller sig till receptet för en myt i den institutionella miljön demonstrerar en organisation att den agerar utefter kollektivt värderade syften på ett adekvat sätt. Implementeringen av institutionaliserade element ger en redogörelse för dess aktiviteter som skyddar organisationen från att bli ifrågasatt angående dess beteende.

Att ignorera ceremoniella krav kan vara dåligt för en organisation för det förlöser en viktig källa till resurser och stabilitet. Ju mer en organisatorisk struktur kommer av institutionaliserade myter, desto mer upprätthåller den komplexa uppvisningar av självförtroende, belåtenhet och god tro, internt och externt (Meyer och Rowan, 1977). Därför är det viktigt för företagen att utforma en hållbarhetsredovisning oavsett om det i realiteten går ned på den operativa nivån eller inte; företagen behöver visa utåt att de bryr sig om hållbarhet och i syfte att höja legitimiteten och skydda organisationen från att bli ifrågasatt. Det kan vara många olika intressenter företagen vill legitimera sig inför, till exempel lokalbefolkningen, kunder och aktieägare.

Jackson och Carter (2002) argumenterar för regler angående de legitima skäl som kan finnas för att uttrycka sig inom diskursen. Det bör finnas skäl som gagnar hela organisationen för att uttrycka sig inom diskurser som rör just den organisationen. Det bör inte talas om att hållbarheten ska förbättras utan att det på något sätt även kan hjälpa företaget att nå sina mål (Jackson och Carter, 2002).

Även mottagaren av en text är viktig att ta hänsyn till vid diskursanalys. Colleen Cotter framhäver mottagaren som en betydelsefull del av att sända ut en text. Vem som tar emot texten kan påverka vad som står i texten. Mottagarna blir till en del av diskursmekanismen. Detta går emot teorin om mottagaren som passiv och visar istället på att mottagaren istället är

aktiv i sin tolkning och påverkar därmed hur materialet kommer att anpassas utifrån utsändarens sida (Cotter, 2001). Detta är en faktor att ta hänsyn till vid analysen av hållbarhetsredovisningarna då det är ett perfekt tillfälle för företagen att göra reklam för sig själva och legitimera sig inför intressenter.

### **3.6 Makt över diskursen**

Foucault talar om viljan till sanning; att det finns en vilja att hitta en sann diskurs, vilket sker genom att utesluta delar av diskursen via ett fokus på diskursbäraren tillika sanningssägaren. I varje diskurs finns regler kring vad som är allmänt accepterad sanning och den som uttalar en sanning bör inte tillhöra utanförskapet. Det sanna avgörs av det Foucault kallar ”diskurspolisen”, med det syftar han på den makt som kontrollerar vilken diskurs som prioriteras. Disciplinen som utövas är ett sätt att kontrollera skapandet av diskurs och fixera gränserna för diskursen. Detta identifierar Foucault som så kallade tvångsprinciper. Denna procedur möjliggör kontroll över diskurser. Enligt Foucaults teori kommer olika källor inom samma diskurs att ha lika innehåll eftersom de kontrollerats av den så kallade ”diskurspolisen”, var de överlevande diskurserna tvingats in i en fålla medan de andra diskurserna befinner sig i, som Foucault uttrycker det, utanförskapets vildmark. (Foucault, 1993) Foucaults teori är av relevans för diskursanalysen eftersom att den avgör vad som kommer att tolkas som en del av diskursen och vad som kommer tolkas som utomstående.

Foucault argumenterar att all kunskap är en del utav någon diskurs. Dessutom menar han att kunskapen genom alla tider varit del utav en diskurs, men att det som bedömts vara acceptabel kunskap har förändrats under tidens gång Foucault utvecklar att förändringarna kring just vilken kunskap som anses acceptabel är ett resultat utav stora steg i den sociala utvecklingen. Dessa skapar, enligt Foucault, så kallade sanningsregimer, som definierar vad som betraktas som sanning under en epok och vilka intressen som ska tillgodoses. Det innebär att det inte bara är kunskapsproducenter som har en röst i formandet av diskursen och att det större sociala sammanhanget och betydelsefulla grupper med makt spelar en stor roll i det (Jackson och Carter, 2002). Företagen utgör en grupp med stor makt. Enligt denna teori är detta av betydelse eftersom att företagen kommer att ha en inverkan på utformningen av diskursen, då de utgör en grupp med stor makt. Detta är relevant eftersom företagen både är

producenter av texterna samt att de har en stor roll i det större sociala sammanhanget. Detta ger dem makt att påverka hur hållbarhetsdiskurserna kommer att tolkas.

Jackson och Carter (2002) tar upp ämnet om diskurs i förhållande till auktoritet. Den som har en auktoritet inom diskursen är den som har kunskap om det diskursiva ämnet i fråga.

Människor utanför den högsta kunskapskretsen kommer ha svårt att tillföra sitt budskap till diskursen. Författarna drar slutsatsen att de som har legitimitet för sin röst inom diskursen har status. När denna status är uppnådd och man har inträtt i diskursen innehar vederbörande dessutom makten att reglera vilka som ytterligare kan komma in i diskursen (Jackson och Carter, 2002). Börjesson diskuterar också detta. Vissa får tolkningsföreträde att formulera vilka problem som är angelägna, vad de består av och därmed vad som ska talas om. Sociala eller individuella problem är inte objektivt problematiska utan är det för att de grupper som för fram dem har en stark social position. Den profession eller annan grupp som lyckas att få ut sin problemdefinition har också rätten att skilja sann kunskap från falsk, det vetenskapliga från det lekmannamässiga, objektivitet från subjektivitet och så vidare. Den grupp som har tolkningsföreträde kan alltså stänga ute andra grupper och deras tolkningar samt förståelse av fenomen till förmån för sin egen. (Börjesson, 2003) Även Foucault drar slutsatsen att makt och kunskap har ett direkt förhållande till varandra så till den grad att makt och kunskap förutsätter varandra (Foucault, 2003). Dessa teorier är viktiga att ställa i förhållande till textproducenterna, det vill säga företagen, för att se vilken roll deras makt över texterna har haft på innehållet.

Charlotte Linde (2001) trycker på vikten av narrativ vid diskursanalys. Hon menar att institutionella krav har en verkan på narrativen och vice versa. Linde beskriver icke-medverkande berättare, berättare som inte var med vid en viss händelse men ändå kan berätta om det för att personen har hört talas om den via någon annan. Icke-medverkande berättare utgör en speciell del av institutioner eftersom att de använder sig av dess förflutna för att i sin tur skapa en ny identitet för institutionen och dess medarbetare (Linde, 2001). På samma sätt agerar hållbarhetsredovisningarna för företagen som ett slags icke-medverkande berättare. De är ett sätt för företaget att skapa myter kring sig själva för att skapa en ny identitet.

## 4. Empiri och analys

I detta kapitel vävs empirin och analysen ihop. Som i metoddelen nämndes består empirin av fem hållbarhetsredovisningar från följande företag: ABB, Atlas Copco, Sandvik, SSAB och Volvo Group. Citat från hållbarhetsredovisningarna utgör empirin. Detta för att undvika stora textmängder till förmån för representativa citat. Citaten är fördelaktiga då de är korta och därmed lättare att djupdyka i utan att kompromissa strukturen samt att de tydliggör analysens kärna.

Att hållbarhet är huvudfokus i hållbarhetsredovisningar ter sig nog rätt självklart. Bortom det uppenbara finns dock någonting annat: diskurser. Hur de utvalda företagen förhåller sig till hållbarhet ska i denna del av uppsatsen eftersträvas att redas ut i form av en diskursanalys. I hållbarhetsredovisningarna fann vi mönster som gick igenom dem. Dessa har vi identifierat och lagt fram i ordningen:

1. Innovatören
2. Superhjälten
3. Ekonomen
4. Vårdaren

Nedan i analysen kommer vi att presentera diskurserna i samma ordning som ovan angivet. Analysen bygger till stor del på diskursteorin framlagd av Winther Jørgensen och Phillips (2000). I analysen identifieras vilka signifikanser, ord, som kretsar kring nodalpunkten ”hållbarhet”. Detta för att kunna identifiera vilka signifikanter och mästersignifikanter som härleds till hållbarhet genom ekvivalenskedjor.

Inledningsvis identifieras de signifikanter (ord) som används för att beskriva hållbarhet. När de har identifierats beskriver vi diskurserna kring hållbarhet som vi funnit. Vi ser även på vad diskursen rymmer och hur signifikanterna utgör bilden av hållbarhet. Därigenom kan vi redogöra för och ge namn åt de olika diskurser för hållbarhet som vi upptäckt under utformandet av analysen. Alla citat som ligger till grund för analysen står skilda från övrig text för att tydliggöra fokuset på dem.



## 4.1 Innovatören

Den första diskursiva hållbarhetskategori som vi funnit har namngivits ”innovatören”. Den bildas av en ekvivalenskedja av signifikanser som signalerar att hållbar utveckling skapar innovationsmöjligheter och framhäver innovatörer inom företaget. Innovatören kallar vi diskursen vars fokus ligger på innovation, att ligga i framkant och där revolutionerande, lösning, utveckling och skapa är några av nyckelorden. Det första citatet ur denna diskurs innehåller några av dessa:

”As the company that **pioneered** the world’s first electrically powered industrial robot/.../Now we are again **redefining** robotics with YuMi, an **innovative** dual-arm collaborative robot. YuMi is designed for a **new era** of automation” (ABB, 2015: 18)

I citatet ovan finns flera signifikanser som beskriver innovatörsdiskursen. ”Pioneered” (banade väg för), ”redefining” (omdefinierar), ”innovative” och ”new era” är ord som ger oss en bild av hållbarhet som en drivkraft framåt. Framtiden och att ligga i framkant är två tydliga teman som definierar denna diskurs.

Vid djupare analys av innovatörsdiskursens bild av hållbarhet finner vi att innovationen beskrivs som underlättande för hållbarhetsarbetet:

”I en värld med allt mer begränsade resurser **skapar** Atlas Copcos **forskning och utveckling** mervärde för kunderna genom **ständig utveckling** av hållbara produkter och tjänster.” (Atlas Copco, 2015: 40)

De signifikanter som beskriver innovatörsdiskursens framgångar inom hållbarhet är ”skapar”, ”forskning och utveckling” samt ”ständig utveckling”. Detta ger bilden av hållbarhet som något som förutsätter nyskapande och en ständig ambition för utveckling. I hållbarhetsredovisningen skildras företags innovativa egenskaper som en nyckel för hållbarhetsarbetet. Detta fokus ger legitimitet åt företaget gentemot kunderna. Formuleringen ”mervärde för kunderna” visar att det är viktigt för företaget att visa för kunderna att dess hållbarhetsarbete inte påverkar företaget negativt utan tvärtom, ger kunderna ett ökat värde genom innovation.

Det finns identitetsskapande signifikanter. I nedanstående identifieras en sådan:

”vi vet att nuvarande och framtida generationer inte kommer att vilja arbeta hos oss om vi inte kan visa att vi är ett hållbart företag. Genom att /.../ erbjuda en säker, **innovativ arbetsplats** byggd på mångfald och engagera oss i samhället, ser vi till att skapa värden för alla våra intressenter” (Sandvik, 2015: 10-11)

I citatet tolkar vi ”innovativ arbetsplats” som en mästersignifikant. Här är innovationen identitetsskapande för verksamheten och därmed avgörande för dess attraktivitet för framtida anställda och för att bibehålla företagets anställningsmässiga konkurrenskraft. Innovation beskrivs vara av likvärdig vikt tillsammans med mångfald och samhällsengagemang. Det tyder på att innovation ses som en stor och viktig faktor gällande hållbarhet.

”As a **result of continuous development** of our processes, our blast furnaces are among the **most efficient in the world** in terms of minimizing emissions from steel production.” (SSAB, 2015: 20)

”Continuous development” (fortgående utveckling) är en signifikant som är typisk för innovatörsdiskursen medan ”result” och ”most efficient in the world” är signifikanter som ställs i förhållande till den tidigare signifikanten. Här framställs hållbarheten genom minimeringen av utsläpp som ett direkt resultat av företagets utveckling. Innovationen blir en drivkraft för hållbarheten snarare än tvärtom.

Innovatörsdiskursen beskrivs också som ett resultat av ett gensvar från världen:

”we continually analyze megatrends and regional variations to assess their impact on our Group and seek new business development opportunities” (Volvo, 2015: 12)

Detta tyder på att innovatörsdiskursen inte enbart skapas utifrån företaget själv utan som ett resultat av världens påtryckningar, här i form av globala megatrender. Att denna hållbarhetsdiskurs är förankrad i denna process kan ses som en form av legitimering för företaget gentemot världen. Det vill säga, innovatörsdiskursen skapas utifrån motiv från yttre håll, vilka de tillämpar i verksamheten för att öka sina utvecklingsmöjligheter och därigenom sin identitet som innovatör (Meyer och Rowan, 1977).

Kort sammanfattat går innovatörsdiskursen ut på att hållbarhet förutsätter nyskapande, kreativitet och innovation. Detta som ett led i att framhäva sin konkurrenskraft inför framtida arbetskraft och att legitimera sitt hållbarhetsarbete för kunder och aktieägare som någonting nyttigt för företaget.

## 4.2 Ekonomen

Den andra diskurskategorin kallar vi Ekonomen. Signifikanterna kring denna diskurs kretsar kring ekonomi. Ekonomdiskursen kännetecknas av ett fokus på ekonomiska fördelar, kostnadseffektivitet och hur hållbarheten kan vara av strategiskt värde för företaget. Ett påtagligt exempel finns i dessa två citat:

”Most commonly – and **cost effectively** – facilities implemented energy-efficient lighting solutions.” (ABB, 2015: 48)

”Rätt hanterade risker kan leda till möjligheter och **addera värde** till verksamheten. Risker som inte hanteras rätt kan **orsaka incidenter och förluster**” (Atlas Copco, 2015: 36)

De markerade orden i de två citaten ovan indikerar på en syn på hållbarhet som något som, om använt på rätt sätt, kan leda till vinster för företaget. Ekonomen bryr sig om hur ”cost effectively” (kostnadseffektivt) hållbarhetsarbetet är för verksamheten. Vinst-aspekten är väldigt viktig för den ekonomiska diskursen. En rubrik lyder:

”Hållbara affärer stärker vår marknadsledande position” (Sandvik, 2015: 2)

I den rubriken ser man kopplingen mellan hur hållbarhet och företags position på marknaden kopplas ihop. Hållbarhet blir legitimerat i och med att företaget tjänar på det. Det är inget som står för sig självt utan har blivit integrerat på grund av dess ekonomiska och strategiska nytta för företaget (Jackson och Carter, 2002). I nästa citat framgår detta ytterligare då hållbarhet uppges vara en bidragsfaktor till ekonomisk produktivitet:

”Sustainable transport solutions contribute to economic productivity, improved environmental performance and positive social impact.” (Volvo, 2015: 10)

Lönsamhet är en viktig del för Ekonomens legitimitet, men även för dess identitet:

”Vi arbetar med att integrera hållbarhet i vår verksamhet eftersom vi ser det som en förutsättning för en **lönsam och ansvarsfull** verksamhet.” (Sandvik, 2015: 10)

”Lönsam och ansvarsfull” beskriver här en mästersignifikant som tyder på en identitet kring hållbarhet som att lönsamhet är lika med ansvar. Ett hållbarhetsarbete som inte kan ses generera någon form av ekonomisk nutida eller framtida nytta för företaget blir alltså per definition oansvarigt. Ekonomen drivs av en ambitiös strävan efter lönsamhet. Diskursen drivs av hållbarhet med förutsättningen att ekonomisk nytta är inkluderat i hållbarheten.

Ekonomdiskursen må förutsätta att ekonomisk vinst följer hållbarhetsarbete, men för den skull betyder inte att ekonomen inte är engagerad i hållbarhet. Kombinationen av de två nedanstående citaten ger en tydlig bild av ekonomdiskursens dynamiska förhållande mellan hållbarhet och ekonomi.

”Systemet med återvinning ger 70% lägre energiförbrukning och 40% lägre koldioxidutsläpp än en produktion baserad på jungfrulig råvara.” (Sandvik, 2015: 14)

”Det finns tydliga kopplingar mellan våra **kärnvärden**, vår **affärsstrategi** och vårt hållbarhetsarbete. Detta bygger på övertygelsen om att hållbarhetsfrågorna utgör en viktig **affärsmöjlighet** som kan bidra till **lönsam tillväxt** för oss och för våra intressenter.” (Sandvik, 2015: 16)

Denna hållbarhetsdiskurs låter signifikanter såsom ”kärnvärden”, ”affärsstrategi”, ”affärsmöjlighet” och ”lönsam tillväxt” definiera relationen till hållbarhet. Samtidigt ser vi i citatet ovanför att inriktningen på ekonomiska värden inte hindrar hållbarhetsarbete på en operativ nivå. Ekonomdiskursen fångar den ekonomiska vinstens syfte som hållbarhetens drivkraft.

Ekonomen är en diskurs som fokuserar mycket på företagets ekonomiska värde av hållbarhetsarbete samt på företagets egen hållbarhet som stort företag snarare än omvärldens

hållbara utveckling. Till ekonomens försvar har antagligen mottagaren av texten tagits i stor åtanke. Som Cotter (2001) beskrivit, kan textens innehåll påverkas av att fokus har lagts på textens mottagare. Denna diskurs bottnar i en vilja att visa hållbarhetens ekonomiska nytta, antagligen med intressenter som tänkta mottagare av hållbarhetsredovisningarna.

### 4.3 Superhjälten

Den tredje hållbarhetsdiskursen är den så kallade Superhjälten. Den upptäckta ekvivalenskedjan binder samman signifikanter som ger en bild av en superhjärte. Superhjärtediskursen fokuserar på ansvar, hjälpsamhet och framhäver sina egna förmågor och styrkor inom hållbarhet, så till den grad att ett superhjärtekomplex tonar fram.

”**ABB invests** heavily in sustainable innovation and **won further international recognition** for technology breakthroughs.” (ABB, 2015: 5)

De markerade orden ”ABB invests” och ”won further international recognition” är typiska för superhjärtediskursen. Signifikanterna ”innovation” och ”breakthrough” (genombrott) är flytande signifikanter som skulle kunna passa in i innovatörsdiskursen också. Här råder en viss antagonism. Det vill säga, signifikanten passar in i fler än en diskurs vilket skapar en konflikt mellan två diskurser. Motiveringen bakom att sätta denna mening som en del av superhjärtediskursen är dess helhet och fokus på företaget i fråga som drivkraft. Helheten i citatet är att företaget har utfört en hållbar handling som resulterar i att ytterligare främja företagets internationella erkännelse. Detta förutsätter både att företaget ser på sig själva som internationellt erkänt inom hållbarhet till att börja med, men även att företaget är en stark drivkraft och kämpe för hållbarhetsarbete. Att företaget har ”won” (vunnit) erkännelse och inte ”recieved” (tillgivits) den kännetecknar superhjärtediskursen. Fokus ligger på företagets handlingar inom hållbarhet för att vinna erkännelse.

Superhjärtediskursen utmärker sig genom en stark vilja att representera sig som moralisk och framstående:

”Our values are the **guiding principles** of our company. They shape our culture and characteristics. They serve as a compass for our **actions and behaviour**, and describe what

**we stand for. Values guide us daily in making the right choices and doing the right things.”** (SSAB, 2015: 6)

Om man byter ut ”our” och ”our company” med valfri superhjäldes namn hade det kunnat vara inledningen till en film om en superhjärte. Denna diskurs fokuserar till stor del på att framhäva sig själv och sitt hållbarhetsarbete och därigenom försöka få andras uppskattning. Mästersignifikanterna, som i citatet är fetmarkerade, är ord som beskriver en moral som vägleder företaget mot att göra de rätta valen och att göra vad som är rätt. Genom denna moraliska anda upphöjer sig företaget. Hållbarhetsarbetet är ett led i företagets moraliska anda och vägledande principer; de är en del av företagets personlighet, deras identitet.

Att legitimera sig är viktigt för företagen. (Meyer och Rowan, 1977) Som vi sett i de tidigare diskurserna finns det olika sätt att legitimera hållbarhetsarbetet på. Superhjäldens strävan efter legitimitet redogörs för här nedan.

”Conducting business in a **responsible manner** across our organization, operations and value chain is essential for **maintaining and enhancing the Volvo Group’s reputation** as a **trustworthy** global company. Responsibility and sustainability are **embedded in our corporate culture, values/.../ Every employee is responsible** for adhering to our stated position.” (Volvo, 2015: 11)

Skrapas det på ytan upptäcks ytterligare en dimension till superhjäldediskursen. Signifikanterna låter oss veta att ett ”responsible manner” (ansvarsfullt tillvägagångssätt) är vad som kommer hjälpa företagets rykte och trovärdighet. Detta tyder på att hållbarhetsarbetet ur superhjäldediskursens synpunkt är ett sätt för företaget att legitimera sig. Till skillnad från Ekonomen har Superhjälden ett annat motiv; de vill legitimera sig för att framhäva både sin företagskultur och sig själva som en ansvarsfull organisation (Meyer och Rowan, 1977). Detta tydliggörs i citatet ovan med hjälp beskrivningen att hållbarhet är inbäddat i företagskulturen och företagets värderingar samt att varje anställd är ansvarig för att se till att detta levs upp till. Superhjäldediskursen ser på hållbarhet som ett ansvar som de måste möta, samtidigt är hållbarhet ett tillfälle för Superhjälden att legitimera sig, vilket i sin tur spricker ett hål i Superhjäldebubblan.

Ytterligare karakteristiska drag för Superhjälden är en hängivenhet för sin sak.

”The Volvo Group’s long-standing partnership with WWF and its Climate Savers program has **committed** us to **taking urgent action to combat climate change.**” (Volvo, 2015: 53)

Som avslutande citat för superhjälte diskursen finner vi signifikanter som starkt utmärker Superhjälten. Företaget beskriver sig hängivet att ta omedelbar handling för att bekämpa klimatförändringar. Denna diskurs visar på en bild av hållbarhet som någonting man är hängiven och någonting som är viktigt att ta aktiv ställning till. Superhjälte diskursen handlar mycket om att bekämpa klimatförändringar och att agera som den främsta inom just det.

Superhjälte diskursen visar på företagets syn på sig själva och på deras vilja vad gäller hållbarhet. De ser hållbarhet som någonting som är deras ansvar men samtidigt som någonting de vill ha erkännelse för. Superhjälte diskursen är helt enkelt en hållbarhetsdiskurs i vilken hållbarhetsarbete kan jämföras med superhjältearbete; det är ett ansvar som vilar på företagets axlar, en mantel de bär med ära.

#### 4.4 Vårdaren

Den sista diskursiva kategorin vi har funnit är Vårdaren. Återigen har vi urskilt signifikanter som vi genom ekvivalenskedjor har identifierat som en diskurs. Vårdardiskursen utmärker sig genom engagemang, omtanke och att bry sig om. Exempel på detta syns i citatet nedan.

”Som **frivillig medlem i FN:s Global Compact** sedan 2008 säkerställer Atlas Copco att angivna arbetsvillkor, såsom **rätten till kollektivavtal**, omfattas av Affärskoden/.../Gruppen ser fackföreningar och arbetstagarrepresentanter som ett **nödvändigt och värdefullt stöd** för sina medarbetare och **främjar relationer baserade på ömsesidig respekt och konstruktiv dialog.**” (Atlas Copco, 2015: 47)

Signifikanterna som präglar ovanstående citat visar på ett värnande om rättigheter. Ord som rättigheter, värdefullt stöd och relationer baserade på ömsesidig respekt visar på en hållbarhetsdiskurs som genomsyras av omtanke och rättvisa. Som ”frivillig medlem” utmärker företaget sig dessutom som engagerad för hållbarhet. Dessa signifikanter visar på en sida av företaget som sticker ut som vårdande.

Vårdaren betonar rättvisa och har en stark vilja att göra rätt för sig, se exemplet i nästa citat.

”**Nolltolerans** mot alla former av mutor och korruption/På Sandvik har vi en lång historia vad gäller **etiskt** och ansvarsfullt företagande/.../ I all vår verksamhet är vi fast beslutna att tillämpa **etiska affärsmetoder**, något som våra kunder ska kunna **lita på** och vi **känna stolthet över**.” (Sandvik, 2015: 24)

”Nolltolerans” är en signifikant som utmärker sig tydligt. Det är en skarp signal om att inget fult spel får förekomma. I samband med övriga signifikanter byggs bilden av företaget i fråga upp som ett pålitligt företag som i och med sitt personliga engagemang känns som vårdande. Företaget vill kunna känna stolthet över sina etiska affärsmetoder, vilket visar på ett inre motiv som driver dem framåt. I detta fall är det inte intressenter som står för legitimeringen utan företaget självt som visar en vilja att göra rätt för sig. Här stämmer inte Meyer och Rowans (1977) teori om legitimitet överens med diskursen.

En egenskap som utmärker vårdaren är att den visar en genuinitet i inställning till hållbarhet. I nästa två citat ser vi hur detta kan ta sig i uttryck.

”Vi **hjälp** våra kunder att bli mer energieffektiva.” (Sandvik, 2015: 29)

”SSAB has started **co-operation** with World Wildlife Fund (WWF) and **offers** oil spill cleanup training, which is **open** to local people.” (SSAB, 2015: 27)

Båda ovanstående citat eftersträvar ett samarbete. Vårdaren är hjälpsam och strävar efter att få visa att den bryr sig. ”Hjälper” och ”co-operation” (samarbete) är signifikanter som karakteriserar vårdardiskursen. Vid jämförelse med superhjälte-diskursen blir det tydligt att Vårdaren framhäver ett ödmjukt sätt att hjälpa sin omvärld medan Superhjälten gärna tydligt visar hur mycket gott den gör för världen och vilka värden som driver den framåt. Vårdardiskursen drivs av en genuin vilja att hjälpa till och lägger inte den egna verksamheten i främsta fokus.

Här spelar modaliteter roll för tolkningen av signifikanterna (Mautner, 2008). Hade citatet från Sandvik till exempel lytt ”Vi **gör** våra kunder mer energieffektiva.” hade det passat bättre



in under superhjälte diskursen. Vårdaren präglas alltså inte bara utav ett engagemang och av att den bryr sig om hållbarhet. Ödmjukhet i uttrycken och mindre påträngande uttryck, såsom ”offers” (erbjuder), spelar stor roll för denna specifika diskurs.

Vårdaren är en identitet som företag vill förknippa sig med. Rubriken till ett av företagens, ABB, hållbarhetsredovisningar lyder:

**”Committed to a better world”** (ABB, 2015)

”Hängiven en bättre värld”, översätts citatet till. Här är signifikanten ”bättre” central. Hade det stått ”utvecklande” istället hade rubriken passat in under innovatörsdiskursen. Att världen kommer bli bättre av hållbarhetsarbetet blir en viktig symbol för synen på hållbarhet. Det är ett slags ideologisk syn som tyder på en optimistisk framåtblick. Hoppfullt med signifikanten ”hängiven” förstärks denna symbolik ytterligare.

Vårdaren är bilden av hållbarhet som de sant ideologiska håller vid. Det är en syn på hållbarhet som i sig är hållbar eftersom att den inte styrs av yttre faktorer på samma sätt som de andra diskurserna. Det är en diskurs centrerad kring motivation för hållbarhetsarbete som drivs utifrån engagemang och omtanke för omvärlden och alla medmänniskor.

## 4.5 Diskussion

Att företagens kontroll över vad som ska stå med i hållbarhetsdiskurserna har påverkat materialet blir tydligt i och med att diskurserna ofta baserar sig på en legitimering (Meyer och Rowan, 1977) av företagets hållbarhetsarbete. Kategoriseringarna baserade på Börjesson påverkas också av företagens roll i skapandet av hållbarhetsredovisningarna, eftersom kategoriseringarna aldrig är neutrala utan baseras på individuella tolkningar styrda av sociala och kulturella överenskommelser samt språket (Börjesson, 2003). Det innebär att kategoriseringarna inte är helt neutrala när analysmaterialet tolkas och att detta kan styra vilka diskurser som identifieras.

Med användningen av Winther Jørgensen och Phillips (2000) diskursteori kunde fyra olika hållbarhetsdiskurser formas utefter kategoriseringarna: Innovatören, kännetecknas av fokus på innovation och utveckling; Ekonomen, identifieras genom ett fokus på lönsamhet och

ekonomisk vinning; Superhjälten, som strävar efter ansvarsfullhet och trycker på sina egna förmågor, och Vårdaren, den engagerade och omtänksamma.

De fyra diskurserna har olika egenskaper som särskiljer dem, men kan även dela likheter med varandra. Dessa likheter grundar sig nog i det Foucault (1997) skriver om sanningsregimer, att vid olika tidpunkter i historien finns det en viss kunskap som anses vara acceptabel. Det är sanningsregimerna som avgör vad som betraktas som sanning under en epok och vilka intressen som ska tillgodoses. Företagen är inga undantag från detta, vilket kan förklara likheter, såsom viljan till legitimering, det vill säga, att hållbarheten inte kan stå på egna ben, och synen på hållbarhet som en drivkraft framåt.

Skillnaderna mellan hållbarhetsdiskurserna uppstår dock i det som Foucault (1977) beskriver som föränderlighet i diskurser. Det är av vikt att ta hänsyn till diskursernas föränderlighet och deras antropologiska kopplingar, det vill säga att de är skapade utifrån en mänsklig, historisk kontext. Eftersom diskurser uppstår spontant kan skillnaderna mellan de fyra identifierade diskurserna i denna studie förklaras utifrån Foucaults resonemang.

## 5. Slutsats

Syftet med denna studie har varit att kartlägga hållbarhetsdiskursen hos fem företag inom verkstadsbranschen. Vi ville se hur företagen som ligger till grund för vår undersökning konstruerar sina argument och tolkar hållbarhetsbegreppet utifrån dessa utsagor.

Fynden från analysen visar på att det går att finna olika hållbarhetsdiskurser i hållbarhetsredovisningarna. Företagen konstruerade sina argument med grund i de identifierade diskurserna och med en vilja att legitimera sig inför intressenter. Hållbarhetsdiskurserna som vi fann var komplexa och kunde ibland vara tillsynes svåra att särskilja, även om det fanns skillnader dem emellan. Dock identifierades fyra olika hållbarhetsdiskurser. Dessa var Innovatören, Ekonomen, Superhjälten och Vårdaren.

Innovatören baserades på hållbarhetens förutsättning för nyskapande, kreativitet och innovation. Detta som ett led i att framhäva sin konkurrenskraft inför framtida arbetskraft och att legitimera sitt hållbarhetsarbete som någonting nyttigt för företaget.

Ekonomen fokuserar mycket på företagets ekonomiska värde av hållbarhetsarbete samt på företagets egen hållbarhet som stort företag snarare än omvärldens hållbara utveckling.

Superhjälten ser hållbarhet som någonting som är deras ansvar men samtidigt som någonting de vill ha erkännelse för. Superhjälten framhäver ofta och gärna sin egen roll som en drivkraft för hållbarhetsarbete.

Vårdaren håller fast vid en ideologisk bild av hållbarhet. Det är en syn på hållbarhet som i sig är hållbar eftersom att den inte styrs av yttre faktorer på samma sätt som de andra diskurserna. Det är en diskurs centrerad kring motivation för hållbarhetsarbete som drivs utifrån engagemang och omtanke för omvärlden och alla medmänniskor.

De likheter respektive skillnader som uppstår mellan diskurserna kan förklaras utifrån Foucaults (1977) teorier om sanningsregimer som är avgörande för vad som anses vara sanning, något som ger upphov till gemensamma drag i diskurserna, samt föränderligheten hos diskurser och att de uppstår spontant, vilket hindrar dem från att se helt likadana ut.

## 5.1 Studiens bidrag och förslag till fortsatta studier

Denna studie bidrar till att ge ett perspektiv på hållbarhetsdiskursen och hur den kan se ut angående företags externa kommunikation. Genom hållbarhetsdiskurserna går att se hur företagen vill framställa sig själva. Då företag på grund av lagkrav i framtiden i högre grad kommer att skriva hållbarhetsredovisningar kan denna studie vara av intresse för de som arbetar med eller har ett genuint intresse av hållbarhet. Att vara medveten om diskurser och hur de kommuniceras ut är viktigt för alla engagerade i hållbarhet, från trädkramare till politiker, för de visar på våra tankemönster kring hållbarhet och plockar isär språkbruket till dess minsta beståndsdelar. Att se diskurserna utgör grunden för att se bortom ord och börja se mening. På så sätt synar vi vår uppfattning om hållbarhet och kan börja förhålla oss och ta ställning till den uppfattningen.

Som förslag till fortsatta studier vore det intressant att ställa resultatet av diskursanalysen i denna uppsats mot resultaten av andra diskursanalyser av hållbarhet. Intressant vore om hållbarhetsdiskursen skulle granskas ur ett annat perspektiv än företags, istället kunde till exempel politikers perspektiv granskas. Ett annat förslag på en intressant studie vore att utföra en diskursanalys på två olika typer av källor, till exempel hållbarhetsredovisningar och tidningsartiklar, för att se hur hållbarhetsdiskurserna där liknar/skiljer sig från varandra för att se hur olika textmaterial kan visa på olika hållbarhetsdiskurer samt vilka likheter de delar.

## 6. Referenslista

### Böcker

Allwood, Carl Martin och Erikson, Martin G. 1999. I Allwood, Carl Martin och Erikson, Martin G. (red.): Vetenskapsteori för psykologi och andra samhällsvetenskaper. Lund: Studentlitteratur.

Bryman, Alan & Bell, Emma (2013). Företagsekonomiska forskningsmetoder. 2., [rev.] uppl. Stockholm: Liber

Börjesson, Mats. 2003. Diskurser och konstruktioner. Lund: Studentlitteratur.

Cantrill, James G., 1996. I Cantrill, James G. och Oravec, Christine L. (red.): The Symbolic Earth - Discourse and Our Creation of the Environment. Lexington: The University Press of Kentucky.

Cotter, Colleen. 2001. I Schiffrin, Deborah, Tannen, Deborah och Hamilton Heidi E. (red.): The Handbook of Discourse Analysis. Padstow: Blackwell Publishers.

Foucault, Michel. 1997. The Archaeology of Knowledge. Great Britain: Routledge.

Foucault, Michel. 1993. Diskursens ordning. Stockholm: Brutus Östlings Bokförlag Symposion.

Foucault, Michel. 2003. Övervakning och straff: Fängelsets födelse. Lund: Arkiv. Upplaga: 4

Grankvist, Per. 2009. CSR i praktiken - hur företagen kan jobba med hållbarhet för att tjäna pengar. Malmö: Liber

den Hond, Frank, de Bakker, Frank G.A. och Neergaard, Peter. 2007. Managing Corporate Social Responsibility in Action – Talking, Doing and Measuring. England: Ashgate Publishing Ltd.

Jackson, Norman och Carter. Pippa. 2002. Organisationsbeteende i nytt perspektiv. Upplaga 1:1. Lund: Liber.

Linde, Charlotte. 2001. I Schiffrin, Deborah, Tannen, Deborah och Hamilton Heidi E. (red.): The Handbook of Discourse Analysis. Padstow: Blackwell Publishers.

Mautner, Gerlinde. 2008. I Wodak, Ruth och Michał Krzyżanowski (red.): Qualitative Discourse Analysis in the Social Sciences. New York: Palgrave MacMillan.

Western, Simon. 2013. Leadership. A Critical Text. London: SAGE.

Winther Jørgensen, Marianne och Phillips, Louise. 2000. Diskursanalys som teori och metod. Upplaga 1:14. Lund: Studentlitteratur.

### **Artiklar**

Carroll, Archie B., 2015. Corporate social responsibility: The Centerpiece of Competing and Complementary Frameworks. *Organizational Dynamics*, Vol. 44, pp. 87-96.

Peter Lacy, Arnaud Haines och Rob Hayward. 2012. Developing strategies and leaders to succeed in a new era of sustainability, *Journal of Management Development*, Vol. 31 Upplaga 4 pp. 346 - 357

Meyer, J. W., & Rowan, B. (September 1977). Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*, Vol. 83 (2), pp. 340-363.

Prithi, Nambiar och Naren, Chitty. 2014. Meaning Making by Managers: Corporate Discourse on Environment and Sustainability in India. *The Journal of Business Ethics*. Vol. 123, pp. 493-511. DOI: 10.1007/s10551-013-1848-2

### **Elektroniska källor**

The Dow Jones Sustainability™ Indices. 2015. Dow Jones Sustainability Indices. *S&P Dow Jones Indices*.

<http://www.djindexes.com/sustainability/>

(Hämtad: 2015-11-26)

Global Reporting Initiative. 2015. *About sustainability reporting*. Global Reporting Initiative.  
<https://www.globalreporting.org/information/sustainability-reporting/Pages/default.aspx>  
(Hämtad 2015-12-23)

Global Reporting Initiative 2, 2015. *About GRI*. Global Reporting Initiative.  
<https://www.globalreporting.org/Information/about-gri/Pages/default.aspx>  
(Hämtad 2015-12-23)

Global Reporting Initiative 3, 2015. *G4 Sustainability reporting guidelines*. Global Reporting Initiative. 5 Augusti. <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/GRIG4-Part1-Reporting-Principles-and-Standard-Disclosures.pdf>  
(Hämtad 2015-11-29)

Kellner, Johnny. 2015. EU inför obligatorisk hållbarhetsredovisning. *Byggindustrins blogg*. 1 Spetember.  
<http://byggindustrin.se/blogg/eu-inf%C3%B6r-obligatorisk-h%C3%A5llbarhetsredovisning-21847>  
(Hämtad: 2015-11-29)

KPMG, 2013. *Sverige tappar i hållbarhetsrankning*. KPMG.  
<http://www.kpmg.com/se/sv/kunskap-utbildning/nyheter-publikationer/pressmeddelanden/pressmeddelanden-2013/sidor/sverige-tappar-i-hallbarhetsrankning.aspx>  
(Hämtad: 2015-11-29)

Regeringskansliet, 2015. *Klimatavtal klubbat i Paris*. Regeringskansliet. 12 December.  
<http://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2015/12/klimatavtal-klubbat-i-paris/>  
(Hämtad: 2015-12-23)

FN, 1987. *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future*. FN. 20 Mars.  
<http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>  
(Hämtad 2015-12-23)

## Hållbarhetsrapporter [ELEKTRONISK]

ABB, 2015. *ABB Group Sustainability Performance Report 2014. Committed to a better world.* ABB.

[http://new.abb.com/docs/default-source/investor-center-docs/sustainability-performance-reports/2014\\_abb-group-sustainability-performance-report.pdf](http://new.abb.com/docs/default-source/investor-center-docs/sustainability-performance-reports/2014_abb-group-sustainability-performance-report.pdf)

(Hämtad 2015-11-24)

Atlas Copco, 2015. *Atlas Copco årsredovisning 2014.* Atlas Copco.

[http://viewer.atlascopco.com/Atlas\\_Copco\\_Arsredovisning\\_2014/](http://viewer.atlascopco.com/Atlas_Copco_Arsredovisning_2014/)

(Hämtad 2015-11-24)

Sandvik, 2015. *Hållbarhetsredovisning 2014.* Sandvik.

<http://www.sandvik.com/globalassets/websites-local/swedish-files/hallbara-affarer/hallbarhetsredovisningar-pdf/hallbarhetsredovisning-2014.pdf>

(Hämtad 2015-11-24)

SSAB, 2015. *Towards a more sustainable world.* SSAB.

[http://www2.ssab.com/Global/Documents/SSAB/Annual%20and%20Sustainability%20reports/Sustainability%20report\\_2014\\_ENG.pdf?epslanguage=sv](http://www2.ssab.com/Global/Documents/SSAB/Annual%20and%20Sustainability%20reports/Sustainability%20report_2014_ENG.pdf?epslanguage=sv)

(Hämtad 2015-11-24)

Volvo AB, 2015. *The Volvo Group Sustainability Report 2014.* Volvo.

[http://www3.volvo.com/investors/finrep/sr14/pdf/SR\\_2014.pdf](http://www3.volvo.com/investors/finrep/sr14/pdf/SR_2014.pdf)

(Hämtad 2015-11-24)